

## 房地产“客户心理分析”与“销售技巧”

你是否有以下困惑？

- ◆ 为什么你拼命讲房子的好处，客户却无动于衷？
- ◆ 为什么很有希望成交的客户却在别的楼盘成交？
- ◆ 为什么置业顾问总是被客户牵着鼻子走？
- ◆ 客户总说：“考虑考虑”，该怎么应对？
- ◆ 临门一脚总踢不进去，到底该怎么办？

在复杂多变的销售中，你是否常萌生以下心理：

- ◆ 如何快速成交？
- ◆ 如何看清客户心理？
- ◆ 如何赢得客户的信任？
- ◆ 如何快速把握客户心理达成成交？

### 【课程收益】

- ◆ 提升置业顾问“识别重点客户”的能力促进快速成交；
- ◆ 提升置业顾问“准确洞察客户心理”的能力促进快速成交；
- ◆ 提升置业顾问“影响客户的能力，获取客户信任”促进快速成交；
- ◆ 教给置业顾问简单实用的“谈判逼定技巧”，促进快速成交；

【参训对象】：房地产置业顾问

【课 时】：1天

【主讲导师】：茹翊芸

【课程大纲】

## 第一部分：客户心理分析

- ◆ 为什么很多置业顾问花费了很久的精力和时间，但客户总是不成交？
- ◆ 为什么有的置业顾问不太费天大的力气，却很快能成交？
- ◆ 原因到底在哪里？

### 一、如何识别重点客户？

- 1、学会识别重点客户，给置业顾问会带来哪些好处？
- 2、识别重点客户的**2**个关键性指标；
- 3、促进客户下定购买决心的**3**个关键指标；

授课方式：案例+客户心理分析+讲授

### 二、客户买房**3**个阶段

第一阶段：咨询阶段

1. 咨询阶段的客户有哪些心理特征？
2. 咨询阶段的客户有哪些行为表现？
3. 咨询阶段的客户置业顾问要警惕哪些心理陷阱？
4. 咨询阶段的客户的应对目标是什么？
5. 咨询阶段的客户如何应对？

### **第二阶段：对比阶段**

- 1.对比阶段的客户有哪些心理特征？
- 2.对比阶段的客户有哪些行为表现？
- 3.对比阶段的客户置业顾问要警惕哪些心理陷阱？
- 4.对比阶段的客户的应对目标是什么？
- 5.对比阶段的客户如何应对？

### **第三阶段：决策阶段**

- 1.决策阶段的客户有哪些心理特征？
- 2.决策阶段的客户有哪些行为表现？

3.决策阶段的客户置业顾问要警惕哪些心理陷阱？

4.决策阶段的客户的应对目标是什么？

5.决策阶段的客户的应对方法！

**授课方式：案例+客户心理分析+讲授**

**目标：**使置业顾问清晰的看清楚学会辨识不同阶段的客户，并根据客户的不同

阶段，知道该如何跟进，沟通，以达到有效成交的目的；

### **三、ABCD类客户—分类标准**

1、客户的分类的**6**大标准；

2、不同客户应如何跟进？

**授课方式：案例+客户心理分析+讲授**

**第二部分：买点与卖点，你分的清吗？**

1、驱动客户成交的**核心**动力；

2、买点与卖点的区别在哪里？

3、客户的买点有哪些？

4、客户常见的**4**大买点；

授课方式：

案例：通过案例分析让置业顾问能清楚的知道驱动客户做出购买决策的核心因

素是什么，以此将置业顾问的自我中心思维转化为“客户思维”模式；

模拟训练：通过模拟演练，强化置业顾问的“客户思维”模式；

点评分析：通过点评进一步提升置业顾问“客户思维”的转化难点；

### 第三部分：信任成交

#### 一、客户信任核心法则之一——同心境法则

- ◆ 人更信任关注自己需求的人
- ◆ 人更信任欣赏自己的人；
- ◆ 人更信任和自己有着相同特质的人；（毕竟物以类聚，人以群分）
- ◆ 人性心理：你接受了他这个人时，他就开始信任你；

#### 二、获取客户信任的有效技巧之一——引发关注

#### 三、卸下客户防备心理之**3**大原则

## 1. 心智成交之

(1) 客户心里是怎么想的？

(2) 客户心里有哪些顾虑？

(3) 客户心里对置业顾问都有哪些期待？

## 2. 认同技巧——认同应把握的 2 大原则

## 3. 赞美技巧

(1) 针对不同的对象的赞美原则；

(2) 不同情景下更有效的赞美方式；

**授课方式：**

**实例分享：**让置业顾问就看到赞美不是一成不变的，不同的对象应采用不同的

赞美方式；

**模拟演练：**使置业顾问看到，如何避免赞美中的虚情假意，让客户感受到真诚，

并赞美到客户的心里去，做到“润物细无声”；

## 三、同频的 3 大方法

- ◆ 人更信任和自己有着相同特质的人；（毕竟物以类聚，人以群分）

授课方式：

音频演示：通过反面实战音频使置业顾问亲身体会到不同频给客户到来的反感

情绪；

模拟练习：通过实战模拟演练，使置业顾问体验到同频而能更好的应用到实际

工作中；

#### 第四部分：深度挖掘客户买点与需求

客户说：“我再考虑考虑”怎么办？

客户说：“客厅太大了”怎么办？

客户说：“房子我不太喜欢”怎么办？

#### 一、【听】—语言背后的想法

1) 客户常用的推脱语；

- ◆ 所谓的推脱，“两可”之间，除非你听的清是那“两可”！如：“我考虑考虑”

1) 置业顾问常犯的 2 大错误

a) 话说得不合适，引起客户的反感；

b) 没有了解需求，瞎推房子；

2) 什么是盲目说服？

3) 什么是攻心沟通？

3) 需求发展的4个阶段

4) 聆听的4大障碍

5) 正确聆听的4种方法

6) 要听到客户的“真实意图”3大注意事项！

**听到他的心声，才能说到他心理去！**

## 二、【问】—想法背后的需求

1) 开放式提问法——搜集信息；

2) 封闭式提问法——明确需求

3) 铺垫提问法——针对性了解需求；

4) 反问法——获取客户认同

a) 常用的5种反问话术；

5) 问答法——这样做，你的提问更容易使客户接受；

授课方式：

案例话术：使置业顾问了解不同提问的目的及时机；

模拟演练：使置业顾问现场体验把不同的提问方式应用到实战的感受，加深记

忆；

6) 面对客户常用推脱语（如：“我考虑考虑”）置业顾问如何发问？

7) 问的目的：明确需求

8) 3种情况不能问？

9) 要问到客户的“准确需求”一定要切记！

第五部分：谈判逼定

一、客户的20大购买信号

二、3大谈判技巧

谈判技巧之一——平衡法

谈判技巧之二——条件逐步推让法

谈判技巧之三——价位分解法

### 三、逼定技巧

逼定技巧之（一）——顺水推舟法

逼定技巧之（二）——二选一法

逼定技巧之（三）——思维惯性成交法

逼定技巧之（四）——以退为进法

逼定技巧之（五）——利益诱导法

逼定技巧之（六）——房源紧张发

授课方式：案例+模拟演练；

一切围绕客户的“买点”及“人性心理需求”展开！

